互联网 + 高职学报办刊的思考

摘　要：探索互联网环境下高职学报的办刊策略。采用逻辑分析法和文献分析法，分析高职学报的发展困境及互联网出版环境对高职学报的影响。互联网出版提升高职学报办刊效率的同时，也带来了机遇与挑战，高职学报要顺应互联网的发展形势而为，具体策略有：开放出版模式下的差异化选题策划，无时滞优先碎片化出版，互联网 + 的论文公开评审，开放性的发行传播，增强用户体验的读者作者服务等。通过与互联网紧密结合的办刊策略，以更公开、透明、完善的论文评审制度，开放、共享的传播途径，培育忠实“用户”，助力高职学报的发展。

关键词：互联网 +；高职学报；开放获取；用户中心；学术创新
中图分类号：G237.5　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2017）12-081-04　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.02.020

■文 / 王晓燕　胡　梅

伴随着高职教育的长足发展，高职学报为展示高职院校办学特色，交流学校教改成果，促进教师科研能力提升，引领学校科研方向，宣传学校办学成果等提供了重要平台，发挥了积极的作用。

但是，规模小、实力弱、同质化等弱项使得高职学报一直面临生存与发展的危机。互联网时代的数字化浪潮冲击着处于困境中的高职学报，如何在这样的环境下，求得生存，得以发展，对高职学报而言尤为重要。不少高职学报的出版人针对目前高职学报办刊的困境进行了深入思考与研究，武汉交通职业学院学报编辑部占莉娟等从内涵建设的角度给出了可实践的建议，广东农工商职业技术学报编辑部的郭丽冰等从影响力的调查着手探讨了高职学报提升影响力的路径；泰州职业技术学院学报编辑部刘红从服务地方经济建设的角度对高职学报的发展作了探索。笔者在学习前人研究成果的基础上，结合互联网的出版环境与办刊实际，思考高职学报的办刊各项实务，试图用互联网思维引导高职学报出版的各流程，以提升高职学报的传播力，促进高职学报的发展。

1. 互联网出版环境对高职学报的影响

1.1 办刊效率提升，挑战与机遇并存

目前，互联网通过服务器实现“请求”+“响应”的机制辐射着整个社会。高职学报不属于大众传媒的范畴，拥有比较特定的专业读者群并主要服务于相关的专业领域，市场需求弹性狭小，开拓空间有限。即便如此，互联网的出版环境还是给高职学报的出版带来冲击和影响。

1.1.1 选题策划效率提高

互联网的海量信息和实时更新使得高职学报在进行选题策划时更具导向性，可以回避那些过时选题，实时追踪热点选题。从另一角度看，可以说是互联网在一定程度上促进高职学报策划创新选题。

1.1.2 传播效率提升

互联网出版环境中，高职学报的传播不再受纸质刊物发行量和影响力的制约，通过互联网开放式的获取平台，读者能实时地获取高职学报的相关信息。一方面，互联网中海量的学术论文不再是单独以期刊一个载体来呈现，更多地以单篇或者碎片化的方式，通过计算机、手机或手持终端展现给读者，这一点还能让众多综合性的高职学报克服了原本纸质媒介难以凸显特点、无法快速传播的弊端。另一方面，互联网的透明和公开性，使得一些高职学报在编辑方针、编辑模式、栏目设置甚至研究热点的趋同性在大数据的分析下一览无余，继续走趋同化的道路会使高职学报难以生存，这是高职学报在互联网传播下面临的一大挑战。

1.1.3 编辑工作效率提升

基于大数据和互联网而生的“不端文献检测系统”、实时有效的稿件处理系统、专门推介高职学报的微信公众号等成为互联网出版环境中高职学报编辑的得力助手，这对资源不充足的高职学报而言是一大利好。另一方面，这对高职学报编辑人员运用数字化技术的能力、运营维护互联网出版资源的能力等提出了更高要求。

1.2 有利于高职学报的学术创新

学术是一种发现问题、解决问题、积累知识的智性活动。

基金项目：江苏省期刊协会立项课题（编号 2015JSQKB008；编号 2016JSQKB005）。

在互联网环境下，这种智性活动更为频繁，问题的发现不再有时空界限，甚至借助于大数据的分析就能找出下个问题会在哪里，会是什么，问题的解决也更倾向于集思广益。智性活动在互联网 + 高职学报的出版中体现为学术创新，有助于解决高职学报的生存危机，高职学报是学术期刊中的弱势群体，其稿件来源和编辑、作者队伍与本科院校学报相比，均有所差距。互联网的出版环境有利于高职学报杜绝那种缺乏问题意识的理论稿件，提高和强化“问题意识”，有意识地策划和组织稿件，形成高职特色的专题研究，开辟特色栏目，实现高职学报的学术创新。

1. 3 有助于优化用户体验

用户至上是互联网产品的核心。数字时代，高职学报不单是刊发作者的学术论文，也需要围绕刊发的内容提供服务给高职学报的用户。用户体验是一种感觉，在整个出版发行传播过程中，高职学报要把工作做细，让用户感到体贴，获得惊喜，好的用户体验能推动和促进高职学报的传播与交流。基于互联网出版环境下读者、作者的需求来探索高职学报的办刊策略是高职学报顺势而为的发展之路，不少学者已经在一些领域做了相关研究，笔者以用户为中心，结合办刊实务探索高职学报互联网 + 的办刊策略。

此外，对高职学报的评价在互联网出版环境中也更多元化，互联网还给高职学报带来版权保护和营利等问题，如何提升评价指标，解决版权保护和营利问题，都是高职学报亟需思考和解决的难题。

2. 高职学报互联网 + 的办刊策略

2. 1 开放出版模式下的差异化选题策划

研究人员发表其学术成果的目的在于尽可能大范围地将其成果传播出去，形成学术影响力。互联网的开放式出版模式可以方便快捷地帮助作者实现这一目的。目前，虽然高职学报的出版散落在各高职院校等，但借助中国知网、万方数据等数字期刊平台、微信公众平台或高职学报自己的应用平台等，高职学报基本都实现了开放式出版。而要走出同质化的发展困境，在海量信息中凸显出来，高职学报要解决的是如何在开放式出版模式下实施差异化的发展策略。

要实现差异化发展，高职学报必须体现出高职教育、高职院校特色专业、服务地方经济及科技的特色。在互联网出版环境下，首先可利用大数据分析特色栏目，部分“复制”互联网成功选题，借鉴成功经验。确定选题后，再次利用互联网中的大数据分析出目标读者、作者群，推送预策划选题，引发受众的关注。在出版过程中，借助信息技术提高选题实施的执行力，利用开放出版平台或微信公众平台留意选题被关注的范围。选题执行时真正做到集思广益，集征稿、约稿、编稿、出版流程中与作者、读者、审稿专家实施全程互动，提高办刊效率，提升选题的显示度和影响力。

2. 2 不拘泥于刊期的时滞，优先碎片化出版

目前，高职学报的出版时滞依然存在，而互联网出版模式下，读者的阅读模式不再是纸媒下的全刊全文阅读，越来越多地是按需检索式阅读。基于此，高职学报的出版模式应在整合自身的内容、技术、渠道和服务后，重新基于互联网建立内容云、技术云、渠道云和服务云。内容云不仅是内容采集与储存，更多地要进行细分、加工与放大，借助语义技术，将特色内容、重点技术的关键部分做好标签，通过互联网的各种渠道提供给读者与作者去检索与关注，提高高职学报的显示度，以扩大传播和影响。技术云是工具，链接内容与服务，使内容通过各渠道服务于作者。这样的出版模式能让作者的学术创新及时地通过互联网发表出来，解决出版时滞问题；同时，因为是碎片式，编辑校对的工作量相对全文而言较小些，也便于缩短出版周期；此外，基于互联网互动的开放式存取，可以在碎片优先出版后，对整体内容根据优先出版后作者、读者的反馈信息再进行丰满和修正等，使后期的全文数字出版和纸质出版更为优化合理。

2. 3 公开透明的论文评审机制

高职学报传统的匿名审稿制度在互联网出版环境中显现出一些弊端：①审稿周期与来稿数量之间的矛盾日益凸显。一方面，互联网环境下高职学报来稿量增多；另一方面，高职学报匿名审稿的审稿周期相对较长；②评审结果与用户预期之间的矛盾。在信息海量、实时互动的互联网环境下，不透明的评审引起一些作者对论文评审结果的不满，常有作者认为自己论文的创新之处被评审专家误读或者埋没。针对这些弊端，高职学报可基于开放、透明、公开的原则重构论文评审制度：前期，为已经通过编辑初审的稿件搭建透明的互联网评审平台，评审专家的身份是公开的，由两位以上专家参与，以确保审稿的专家不会因为竞争关系而对论文进行打压；作者身份公开，作者可在平台上发布以往的研究成果，以便专家更了解稿件，也可以推荐符合条件的专家作为参与人员来评审稿件；由责任编辑担任平台的创建者、主持人及信息的收集者；此外，也可邀请相关专业的读者参与评审，读者主要是作为“旁观者”，可以不发表意见，也可对文章、专家意见提出自己的看法。评审期可根据具体情形而定，一般不超过 1 周。评审期间，先由主要评审专家和参评专家各自提出对稿件的看法，然后由作者对上述看法做出回应，对不认同的部分直接在平台提出异议，与多名专家进行交流互动；读者可对论文和专家评价提出自己的判断。评审后期，由责任编辑结合整个过程对文章给出结论，并在评审平台即时公布。

这样的评审制度有以下优势：一是方便快捷，编辑不再是“传声筒”，而是“穿线人”和“拾珠者”，将评审

专家和作者、读者引介在一起，将各种合理有效意见和建议“拾掇”起来，避免了传统匿名审稿过程中的信息遗漏和信息不对称现象。二是获得作者、读者的认同，作者不再“心里没底”，也不会认为论文的刊发是编辑的暗箱操作，在透明的评审过程中，还可以激发出作者更多的学术创新或者得到更多使自己的成果更完善的建议；读者通过参与评审过程，更了解高职学报及高职学报所刊发的学术成果，这比单纯地阅读纸质期刊的电子文档更为立体和生动，也有可能从中获取重要的启发。三是利于扩大刊载文章的学术影响力和创建高职学报品牌。学术出版本来就是将学术成果公布的过程，评审平台搭建伊始就是成果展现之时，期间不停地打磨，直至最后完美呈现。专家、作者、读者、编辑，全程关注着这一过程，这比只由编辑一方关注的学术传播效果要好。

2. 4 开放性的发行传播模式

将互联网思维嵌入高职学报的出版，不仅能优化出版的各个流程，更能提高高职学报的传播效率，同时，这种高效传播又进一步促进了高职学报的学术交流和协作。目前，高职学报的互联网传播主要有以下两种方式：①大型期刊数据库，比较常见的有中国知网、万方数据等。这些数据库覆盖面广、容量大、用户多，但存在一些时滞和访问受限的问题。②在线期刊系统、微信公众平台或自主开发的客户端应用软件等。虽是期刊传媒，但高职学报受众少，缺少忠实的“粉丝”。“粉丝”的数量与学术影响力成正比关系，“粉丝”越多，传播的范围越广。高职学报建立自己的在线采编系统和微信公众平台，开发手持终端的应用软件等，推介所刊载的学术成果，介绍即将刊载的栏目、选题等，能吸引所属学科范围内读者的关注，同时根据选题策划在平台上搭建社群，在群里对选题进行讨论，增加用户的黏性，培养用户和期刊的亲密性，提高吸引力，这些都是在培育“粉丝”。

以上两种传播方式各有利弊，大型数据库用户多，技术成熟，省时省力，便于操作，但实时性不够，付费访问的形式与互联网免费经济的形式相悖；定制式的在线系统、微信平台及应用软件更为平等、开放，便于协作与分享，利于培育粉丝，但需要高职学报有人力、物力和财力来支撑，两者并行的互联网传播更适合高职学报的发展。

对高职学报而言，今后在开放传播方面要做的是：①重视互联网技术，培养自己的专业技术团队，即培养懂互联网技术的学术编辑；②从界面、内容、体验性等方面建设传播平台，吸引用户关注，简约合理的界面更易为用户所接受，对主要内容进行专一推送，更能抓住用户的注意力，对重点内容建立超级链接，链接到各相关内容及在线采编系统，实时地满足用户的需要；③确保内容的永久开放存取及实时更新，方便用户检索与下载。

2. 5 高职学报互联网 + 的用户体验

高职学报的用户对象指的是进行相关研究的特定专业读者群、相关专业的撰稿作者群、参与学术论文评审专家群，这三个群体的界限并不明显，不同时期，三个群体的对象不同，有相互融合的倾向。针对这些用户，高职学报可在以下方面加入用户体验：

①集成用户对选题的建议。一个好的选题，并非是高职学报编辑关起门来苦思冥想出的，往往是集思广益后的提纯及凝练。选题策划前期，高职学报可就专业热点和创新点，通过在线采编平台或微信公众平台等进行推介，也可将信息推送至用户端，吸引用户参与进来。进行广泛的信息收集后，编辑再行确定用户认可度高的选题，与此同时也可向相关用户约稿、组稿或邀请其担任选题的主持人。这样确定的选题在后期的出版和传播中才能更受关注。②实时响应作者的投稿、沟通。作者投稿后总希望获取相关信息，不然则会陷入惴惴不安的等待之中。在线采编系统和微信公众平台的使用使得稿件的回复能在屏幕点击间快速完成。互联网时代的用户体验细节也在贴心回复上。系统收到稿件后，即可告知作者“已收悉”，并告知下一环节的时间节点，以及查询获取信息的渠道。③将用户纳入评审机制中，让作者参与全程透明公开、公平公正、实时共享的评审过程，刺激学术争鸣和学术交流，扩大学术影响力，也为高职学报树立品牌效应，赢得用户的信任和支持。④为用户提供多种客户端的在线阅读、下载等服务，让用户快速地浏览到相关学术成果，并能发布出去，随时与同行进行互动交流，更新相关领域的科研动态，获得业内人士的评价。⑤关注用户的评价，依据用户评价对出版模式、流程、环节做动态调整。

3. 结语

互联网挑战着高职学报的出版模式，给高职学报的学术传播带来机遇，为学术交流提供平台。在互联网环境下探索高职学报的发展，既要从高职学报自身的特色出发，又要紧扣互联网出版的环境、互联网技术的要素、互联网用户体验的核心，将高职学报原本由内容驱动的传播力提升至“内容 + 技术 + 服务”驱动的开放式传播力。要实现这一目标，高职学报的出版人要树立互联网思维，充分利用网络技术，创新出版模式，优化出版各环节，首先服务好小众群体，才能满足互联网中各用户的需求。媒

参考文献

[1] 谭华 . 高职学报的服务功能定位与开放式办刊策略 [J]. 编辑学报，2016，28（1）：64-66.

[2] 孙支南 . 高职学报发展现状及愿景分析 [J]. 教育与职业，2008（8）：189.

[3] 邵铁民 . 高职学报发展面临的问题解析 [J]. 高等职业教育—天津职业大学学报，2008，17（2）：88-91.
[4] 宋岩，魏银立，黄丹 . 广东高职学报的现状调查与发展分析 [J]. 中国职业技术教育，2010（12）：85-88.
[5] 占莉娟，林松清，王利萍 . 高职学报内涵建设的问题及对策研究 [J]. 中国科技期刊研究，2016，27（7）：708-713.
[6] 郭丽冰，颜志森 . 高职学报影响力的调查与提升路径分析 [J]. 科技与出版，2013（7）：111-116.
[7] 刘红 . 高职学报服务地方经济建设的探索 [J]. 中国科技期刊研究，2011，22（1）：120-122.
[8] 张耀铭 . 中国高职学报的发展现状与需要解决的问题 [J]. 清华大学学报（哲学社会科学版），2006（2）：28-35.
[9] 李武，刘兹恒 . 一种全新的学术出版模式：开放存取出版探析 [J]. 中国图书馆学报，2004（6）：66-69.
[10] 张迪 . 学术：一种智性的活动 [J]. 中南财经政法大学研究生学报，2013（5）：9-10.
[11] 陈跃琴 . 新媒体助力高校学术出版"走出去"的思考与实践 [J]. 科技与出版，2016（6）：60-62.
[12] 郭欣，李政萍，蔡翠玉 . 期刊，如何拥抱"互联网 +"[J]. 科技与出版，2015（12）：49-51.
[13] 梁洁 .ScienceOpen 的"互联网 + 学术出版"模式介绍、分析及启示 [J]. 中国科技期刊研究，2016，27（2）：185-191.
[14] 戴军 . 高职学报特色文化建设的融合之道 [J]. 科技与出版，2012（7）：33-34.
[15] 胡梅 . 高职学报特色栏目及其影响力——以《南通纺织职业技术学院学报》为例 [J]. 江西电力职业技术学院学报，2013（4）：85-88.

（作者单位：《江苏工程职业技术学院学报》编辑部）

（上接第 74 页）

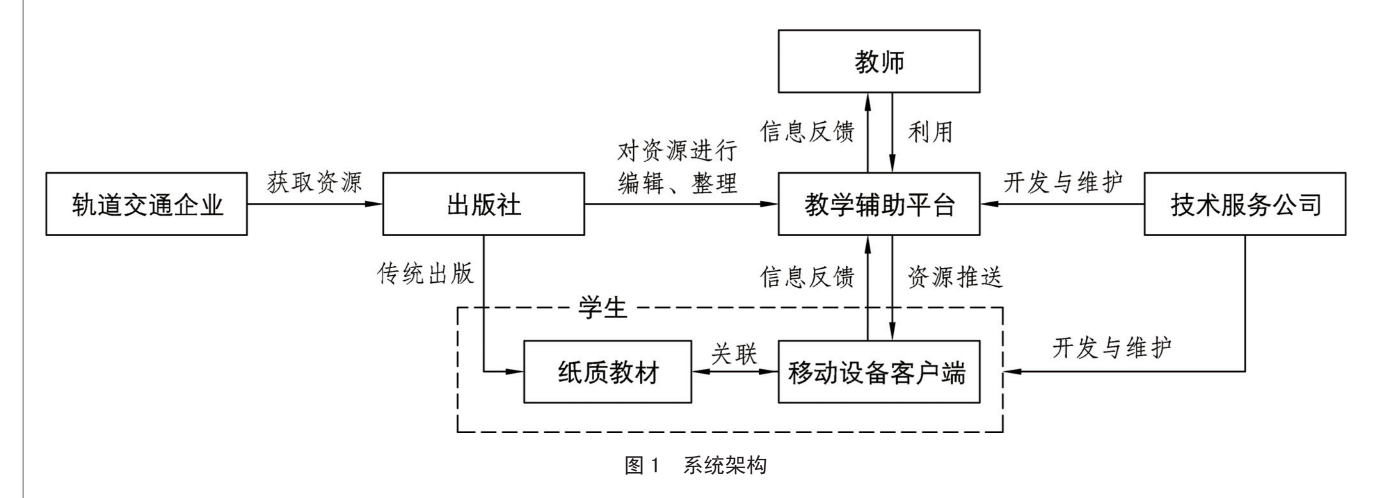


图 1　系统架构

该项目有三个突出的创新点：

（1）根据职业教育需求，构建轨道交通行业的资源库，并将企业教育资源与职业教育直接对接。

（2）以教师为核心的网络工具。

（3）纸质图书和数字资源相结合的模式。

该项目符合国家"互联网 +"战略的实践和国家新闻出版广电总局对传统出版企业通过融合发展实现数字化转型的要求。能有效提高职业院校的教育水平，并助力轨道交通事业的发展，有很好的社会效益，风险很低，且有一定的经济效益，能够依靠自身赢利持续发展。

该项目主要通过相关教材销售和资源库销售两种方式赢利：

（1）作者在编写轨道交通类教材时，可以直接使用资源库，将教材内容和数字资源进行关联，使教材成为纸质图书和数字资源融合的立体化教材。选用此类教材用于教学的教师，可以使用资源库，以提高教学效果。此类教材将适当提高定价，出版社可以从教材的销售中赢利。

（2）我社将向以轨道交通类专业为主的职业技术院校推广该资源库，收取使用费。购买使用权的学校的所用教师，都可以在教学中使用资源库。媒

（作者单位：成都西南交大出版社有限公司）